

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра телевидения и радиовещания**

Гришель
Дмитрий Леонидович

Влияние аудиовизуальных СМИ на среду болельщиков

Дипломная работа

Научный руководитель:

Лепешенков Олег Николаевич

Минск, 2015

РЕФЕРАТ

Дипломная работа 56 с., 1 табл., 1 рис., 39 источников.

ВЛИЯНИЕ, АУДИОВИЗУАЛЬНЫЕ СМИ, БОЛЕЛЬЩИКИ

Объект исследования: белорусские и международные спортивные болельщики.

Предмет исследования: изменение поведения спортивных болельщиков в зависимости от стиля освещения спортивных событий.

Цель: определить и проанализировать сферу влияния аудиовизуальных СМИ на болельщиков спортивных мероприятий.

Обзор современных аудиовизуальных СМИ выявил такие свойственные им характеристики, как массовость, глобализация, высокая конкуренция, нацеленность на определенный круг людей, зависимость от технической стороны прогресса, урегулированность, коммерциализация и захват лидирующих позиций отдельными крупными конгломерациями. Манипулятивное воздействие СМИ было определено как воздействие, имеющее скрытый, одномерный, целенаправленный осуществляемый средствами массовой информации, целью которого является незаметное изменение или внедрение определенных установок, мнений, взглядов в сознании аудитории путем применения различных технологий и техник манипуляции. Наиболее полно структуру манипулятивного воздействия СМИ определяют информационно-психологический фактор) и социально-психологический фактор (особенности подачи медиатекста).

В результате анализа было заключено, что в большинстве сферах деятельности современного телевидения использованы методы влияния и формирования образов спортсменов, что может в значительной степени определять их известность и узнаваемость вне зависимости от наличия либо отсутствия заметных показателей среди других участников спорта.

Другой сферой исследования являлось определение наличия интереса телезрителей к агрессивному поведению во время футбольных матчей и использование данной социально-психологической склонности болельщиков средствами массовой информации в своих целях. Такая тенденция была подтверждена через анализ популярности современных видеоматериалов.

По результатам исследования также было выявлено, что аудиовизуальные СМИ играют значительную роль в популяризации определенных видов спорта, что косвенно влияет на болельщиков и проявляется в смене их интересов и увлечении новым видом спорта, и, как результат приводит к росту числа болельщиков. Данная тенденция была продемонстрирована на примере увеличения заинтересованности населения в теннисных состязаниях.

РЭФЕРАТ

Дыпломная работа 56 с., 1 табл., 1 мал., 39 крыніц.

УПЛЫЎ, АЎДЫЁВІЗУАЛЬНЫЯ СМІ, БАЛЕЛЬШЧЫКІ

Аб'ект даследавання: беларускія і міжнародныя спартыўныя балельшчыкі.

Прадмет даследавання: змяненне паводзін спартыўных балельшчыкаў у залежнасці ад стылю асвятлення спартыўных падзей.

Мэта: вызначыць і прааналізаваць сферу ўплыву аўдыёвізуальных СМІ на балельшчыкаў спартыўных мерапрыемстваў.

Агляд сучасных аўдыёвізуальных СМІ выявіў такія уласцівыя ім характарыстыкі, як масавасць, глабалізацыя, высокая канкурэнцыя, нацэленасць на пэўнае кола людзей, залежнасць ад тэхнічнага боку прагрэсу, ўрэгулявання, камерцыялізацыя і захоп лідзіруючых пазіцый асобнымі буйнымі кангламерацыя. Маніпулятыўнае ўздзеянне СМІ было вызначана як ўздзеянне, які мае схаваны, аднамерны, мэтанакіраваны які ажыццяўляецца сродкамі масавай інфармацыі, мэтай якога з'яўляецца непрыкметнае змяненне або ўкараненне пэўных устаноў, меркаванняў, поглядаў ў свядомасці аўдыторыі шляхам прымянення розных тэхналогій і тэхнік маніпуляцыі. Найбольш поўна структуру маніпулятыўнага ўздзеяння СМІ вызначаюць інфармацыйна-псіхалагічны фактар (асаблівасці ўспрымання маніпуляцыі аўдыторыяй) і сацыяльна-псіхалагічны фактар (асаблівасці падачы медыятэкста).

У выніку аналізу дадзенай працы было заключана, што ў большасці сферах дзейнасці сучаснага тэлебачання і іншых аўдыёвізуальных СМІ былі выкарыстаны метады ўплыву і фарміравання пэўных вобразаў спартсменаў, што можа ў значнай ступені вызначаць іх вядомасць і пазнавальнасць незалежна ад наяўнасці альбо адсутнасці прыкметных паказчыкаў сярод іншых удзельнікаў спорту.

Іншы сферай даследавання з'яўлялася вызначэнне наяўнасці цікавасці тэлегледачоў да агрэсіўных паводзінаў падчас футбольных матчаў і выкарыстанне дадзенай сацыяльна-псіхалагічнай схільнасці балельшчыкаў сродкамі масавай інфармацыі ў сваіх мэтах. Такая тэндэнцыя ў рэчаіснасці была пацверджана праз аналіз папулярнасці сучасных відэаматэрыялаў.

Па выніках даследавання таксама было выяўлена, што аўдыёвізуальныя СМІ адыгрываюць значную ролю ў папулярызацыі пэўных відаў спорту, што ўскосна ўплывае на балельшчыкаў і выяўляецца ў змене іх інтарэсаў і захапленні новым відам спорту, і, як вынік прыводзіць да росту колькасці балельшчыкаў. Дадзеная тэндэнцыя была прадэманстравана на прыкладзе павелічэння зацікаўленасці насельніцтва ў тэнісных спаборніцтвах.

THE ABSTRACT

Thesis 56 p., 1 table, 1 pic., 39 sources.

IMPACT OF AUDIOVISUAL MASS MEDIA ON FANS ENVIRONMENT.

Object of the research: Belarusian and international sports fans.

Subject of the research: changing of sports fans' behavior depending on the style of sporting events coverage.

Aim of the research: to identify and analyze the sphere of influence of audiovisual media on sporting events fans.

The review of the modern audiovisual mass media revealed their inherent characteristics such as mass character, globalization, high competition, aiming at a certain group of people, dependence on the technical side of the progress, commercialization and taking on leading positions by separate large conglomerations. Manipulative impact of mass media exposure was defined as of hidden one-dimensional, focused, nature, carried out by the media, the aim of which is imperceptible change or a deployment of certain sets, opinions, attitudes into minds of the audience through the use of various technologies and techniques of manipulation. The most complete structure of the manipulative influence of mass media is identified by psychological factors (peculiarities of the perception of manipulation by the audience) and socio-psychological factors (peculiarities of the delivery of media text).

The analysis of this work has concluded that in most areas of modern television and other audiovisual mass media, influence and the methods were used to form particular images of athletes which can largely determine their fame and recognition, regardless of the availability or lack of significant virtues among the other sports participants.

Another area of research was to determine the presence of the interest of TV viewers towards aggressive behavior during football matches, and the use of this social-psychological tendency of fans by the mass media for their advantage. This tendency was actually confirmed through the analysis of the popularity of modern videos.

The study also found that the audiovisual mass media play a significant role in the popularization of certain sports, which indirectly affects fans and is manifested in the change of their interests and hobbies to play new sport, and as a result leads to an increase in the number of fans. This trend was demonstrated by the increasing interest of the population in tennis competitions.